

BENT U (ONGEWILD) EEN SPAMMER?

12/21/2008

Tamara Gielen

Zelfs als je wettelijk in orde bent, kunnen mensen je nog als spammer beschouwen, met alle gevolgen voor je merknaam vandien. Evalueer dus vandaag nog je eigen email marketing praktijken en stuur ze bij waar nodig. Vraag jezelf bij elke email die je verstuurt af of jij die email zelf zou willen ontvangen als je in die doelgroep zou zitten.

BENT U (ONGEWILD) EEN SPAMMER?

DOOR TAMARA GIELEN

De wetgeving voorziet dat je in België enkel marketingboodschappen via e-mail mag versturen als je hiertoe de expliciete voorafgaande toestemming (opt-in) van de bestemming hebt. In sommige gevallen heb je zelfs geen expliciete toestemming nodig om op een legale wijze aan e-mailmarketing te doen (zie: www.e-privacy.be/optin.html).

Maar de toestemming hebben is geen vrijgeleide om eender wanneer eender welke boodschap te versturen naar de personen in je database. Integendeel, de meeste mensen definiëren spam als “e-mails die ze niet interessant vinden”. Wanneer iemand zich inschrijft op je mailinglijst dan betekent dit dat ze erop rekenen dat je hen enkel relevante boodschappen zult sturen. Stuur je hen een email over een onderwerp dat ze interessant vinden, dan heb je hun aandacht en zal je email campagne succesvol zijn. Als je boodschap daarentegen niet aansluit bij hun interessesfeer of hun noden op dat moment, dan zullen ze je email negeren of in het slechtste geval zullen ze uitschrijven van je mailinglijst en kun je niet meer via email met hen communiceren.

Hier zijn enkele tips om de kans te verhogen dat je email wel gelezen wordt:

1. Stuur nooit emails naar mensen die hier niet om gevraagd hebben, zelfs al is het wettelijk wel toegelaten. Vraag altijd eerst hun toestemming.
2. Vertel bij het inschrijven op je mailinglijst wat voor soort emails men mag verwachten en hoe vaak je deze zult versturen. Hou je hier ook aan.
3. Stem de boodschap af op de doelgroep. Een vrouw zonder kinderen is bijvoorbeeld niet geïnteresseerd in een promotie voor luiers, een marketing manager is niet geïnteresseerd in boekhoudsoftware en iemand die geen boeken leest, moet je geen “3 kopen, 1 gratis” promotie sturen.
4. Verhuur je mailinglijst nooit aan derden, tenzij je hiervoor uitdrukkelijk de toestemming hebt gekregen. In het geval dat je hiervoor wel toestemming hebt, dan is het aangeraden om de email zelf uit te sturen met een korte uitleg over waarom je deze email verstuurd.
5. Gebruik een herkenbare naam als afzender, bij voorkeur je merknaam of de naam van je bedrijf. Gebruik enkel de naam van een persoon als je er zeker van bent dat men die naam kent.
6. Maak het zo gemakkelijk mogelijk om uit te schrijven. Je wil mensen die geen interesse hebben in je emails niet irriteren door het moeilijk te maken om uit te schrijven. Verstop je uitschrijf link dus niet en vraag zeker geen paswoord om uit te kunnen schrijven.

7. Maak geen loze beloftes in je subject line die in de email niet ingelost worden. Gebruik de subject line om te vertellen waar de email over gaat, niet meer en niet minder.

8. Beperk het gebruik van beelden. De meeste email programma's blokkeren beelden per definitie. Het is dus belangrijk dat je email duidelijk leesbaar is, zelfs als de beelden niet zichtbaar zijn.

9. Zorg dat de call-to-action duidelijk zichtbaar is boven de fold (wat er zichtbaar is op het scherm zonder dat er "gescrollt" moet worden) en ook wanneer de beelden niet zichtbaar zijn. Maak duidelijk wat je verwacht dat de lezer doet: bezoek de website voor meer informatie, download een document, koop een product... Laat je lezers niet raden naar je verwachtingen.

10. Vraag lezers om je email adres aan hun adreslijst toe te voegen. Op die manier zorg je ervoor dat je email in hun inbox terecht komt, dat de links werken en dat de beelden meteen zichtbaar zijn.

11. Vermijd het gebruik van gehuurde of aangekochte mailinglijsten. De kans is groot dat de mensen op deze lijsten al genoeg ongewenste emails krijgen van bedrijven die deze lijsten gekocht of gehuurd hebben.

Conclusie: zelfs als je wettelijk in orde bent, kunnen mensen je nog als spammer beschouwen, met alle gevolgen voor je merknaam vandien. Evalueer dus vandaag nog je eigen email marketing praktijken en stuur ze bij waar nodig. Vraag jezelf bij elke email die je verstuurt af of jij die email zelf zou willen ontvangen als je in die doelgroep zou zitten.